gratuit numéro 37 - février 2014

ズーム ZOOM JAPON

www.zoomjapon.info

Le monde merveilleux de Tokyu Hands

Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

ÉDITO Bricotruc



Avant toutes choses, l'équipe de *Zoom Japon* vous souhaite une excellente année 2014. Pour ce premier numéro de l'année, nous avons choisi de vous entraîner dans un endroit connu de tous à Tôkyô. Plus de 5 millions de personnes s'y rendent chaque année. Il s'agit d'un magasin unique en son genre dans lequel les clients aiment se perdre pour y découvrir des nouveautés et des produits inattendus. La *Jidai matsuri,* la fête des temps anciens, qui se déroule chaque 22 octobre à Kyôto, est l'autre grande découverte de ce numéro qui comprend également ses rendez-vous habituels pour que vous restiez en contact avec tout ce qui touche à l'actualité japonaise.

LA RÉDACTION
courrier@zoomjapon.info

155 millions de dollars. Telle est la somme que les Yankees de New York ont décidé de débourser pour s'offrir le lanceur TANAKA Masahiro. Le joueur de baseball, qui évoluait dans l'équipe des Rakuten Golden Eagles de Sendai, championne en titre, était très convoité.

Couverture : Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

LE REGARD D'ERIC RECHSTEINER

A Kurokawa, préfecture de Yamagata



© Eric Rechsteiner

A 500 km au nord-ouest de Tôkyô, le village de Kurokawa entretient depuis cinq siècles une tradition particulière, paysanne, du nô, associée à des rites archaïques célébrant la rencontre entre les divinités et les hommes. Le répertoire du nô de Kurokawa est différent du nô classique par des variations dans les mouvements, la manière de fixer les masques qui seraient plus fidèles à l'enseignement de Zeami, le théoricien du nô.

DIPLOMATIE Couac avec Washington

Après la visite d'ABE Shinzô au sanctuaire Yasukuni où sont honorés les soldats morts pour la patrie, y compris des criminels de guerre, le gouvernement américain s'est dit "déçu" par l'attitude du Premier ministre. Cette réaction a surpris les Japonais qui avaient prévu la colère de Pékin et de Séoul, mais pas ce commentaire des Etats-Unis.

ÉCONOMIE La déflation, vraiment la fin ?

La politique de relance budgétaire a permis, depuis un an, un redressement de la troisième économie mondiale, mais les investissements et les salaires n'ont pas suivi à ce stade, amenant des économistes à douter que le taux d'inflation remonte à 2% comme prévu. Le Japon semble être sorti de la spirale déflationniste, mais le risque d'y retourner ne peut encore être écarté.

SÉRIE Ishinomaki, la renaissance

En collaboration avec l'*Ishinomaki Hibi Shimbun, Zoom Japon* va suivre la reconstruction de la cité portuaire.



Gabriel Bernard

Novembre 2013. Les zones balayées par le tsunami n'ont toujours pas été reconstruites.

Le 11 mars 2011, la cité portuaire d'Ishinomaki a subi, comme d'autres villes de la côte nord-est de l'archipel, un impressionnant séisme suivi d'un non moins terrible tsunami qui a tout balayé sur son passage, détruisant des milliers de maisons, emportant des milliers de vies. Particulièrement exposée, Ishinomaki a payé un lourd tribut à la colère des éléments. C'est dans cette ville qu'un journal, l'*Ishinomaki Hibi Shimbun*, lui aussi sinistré, n'a pas pour autant abandonné sa mission d'informer les survivants. Privée de ses rotatives, la petite équipe de ce quotidien dirigé par ÔMI Kôichi a continué à informer, en réalisant chaque matin des journaux muraux écrits à la main et placardés dans les centres de réfugiés et les lieux de passage. Pendant une semaine, il a donné des informations sur l'état de la ville, l'organisation des secours tout en encourageant les habitants à garder l'espoir. Cet engagement exemplaire de l'*Ishinomaki Hibi Shimbun*, a été pour *Zoom Japon* une très grande leçon de journalisme et de courage. Depuis trois ans, nous collaborons régulièrement avec ce journal pour lui manifester notre soutien et notre admiration. En 2012, nous avons exposé les désormais célèbres journaux muraux au Musée Guimet à Paris, en invitant la rédactrice en chef HIRAI Michiko à venir raconter son expérience. En 2013, nous avons réalisé ensemble le supplément trilingue *Les 50 qui font le Japon de demain* (disponible en ligne sur notre site) dans lequel l'équipe de l'*Ishinomaki Hibi Shimbun*, a présenté 10 personnalités issues des régions sinistrées. En 2014, trois ans après la catastrophe, nous entamons une nouvelle collaboration avec le quotidien d'Ishinomaki. Désireux d'avoir le regard tourné vers l'avenir tout en restant attentifs à la situation réelle dans la ville, nous avons décidé d'ouvrir nos colonnes à l'*Ishinomaki Hibi Shimbun*, qui nous présentera chaque mois, sous la forme d'une série, la reconstruction de la cité portuaire. Une opération qui prendra des formes diverses, mais qui témoignera de la vitalité d'une population qui souhaite retrouver une vie normale. L'idée est de pouvoir faire partager aux lecteurs de *Zoom Japon* le quotidien des habitants de façon la plus directe possible afin que nous prenions la mesure de l'immense chantier que cela représente. En accordant cet espace d'expression à nos confrères de l'*Ishinomaki Hibi Shimbun*, nous souhaitons les accompagner, à notre manière, à leur propre reconstruction. Depuis les événements du 11 mars, le journal s'est beaucoup investi dans la ville, en créant notamment le *Newsée*, un lieu de rencontre où les habitants peuvent se réunir, assister à des concerts, voir des expositions, manger, boire un verre. Le fondement même de la renaissance d'une ville meurtrie. Nous espérons que vous serez attentifs à cette série à laquelle nous n'avons pas fixé de fin et qui durera le temps qu'il faudra pour soutenir une ville et un journal qui en ont bien besoin.

GABRIEL BERNARD

石巻日日新聞

Dans les mois qui ont suivi le séisme du 11 mars, l'équipe de l'*Ishinomaki Hibi Shimbun* avait placardé sur la fenêtre principale de la façade de leur journal une calligraphie sur laquelle on pouvait lire *Ganbarô Ishinomaki* (Courage Ishinomaki). Trois ans plus tard, une autre calligraphie *Fukkatsu Ishinomaki* (La renaissance d'Ishinomaki) l'a remplacée. Un message d'espoir. Si vous voulez aider ce quotidien, vous pouvez vous abonner à sa version électronique pour 1000 yens (7 euros) par mois : https://newsmediastand.com/nms/N0120.do?command=enter&mediaId=2301

DÉCOUVERTE

Tokyu Hands, place à la magie

Situé dans le quartier jeune de Shibuya, le magasin est un lieu unique fréquenté par une clientèle curieuse et variée.

Se rendre à Tôkyô sans faire un tour à Tokyu Hands, c'est comme aller à Paris sans passer par les Galeries Lafayette ou voyager à Londres sans s'arrêter, ne serait-ce que quelques minutes, chez Harrods. Les deux grandes enseignes européennes appartiennent au patrimoine de ces deux capitales et symbolisent leur grandeur. Tôkyô possède également des grands magasins semblables à ceux du boulevard Haussmann ou de Brompton road. Matsuzakaya, Mitsukoshi ou encore Isetan ressemblent dans leur conception à leurs modèles parisiens et londoniens si ce n'est que le service y est considéré comme un élément fondamental, ce qui est loin d'être le cas à Paris. Il existe néanmoins un grand magasin qui n'a pas d'équivalent dans le monde, un endroit unique à Tôkyô où on prend vraiment plaisir à se perdre. Il s'agit de Tokyu Hands dont le vaisseau amiral est implanté à Shibuya depuis septembre 1978. *"C'est un lieu qui est impossible à décrire",* confie FUKUMOTO Kazuhiro qui en assure la direction depuis 18 ans. *"Ce n'est ni un grand magasin au sens classique du terme ni une grande enseigne de bricolage ni un dépôt de matériel".* Tokyu Hands est un magasin hybride qui, à l'instar de la voiture inventée par Toyota, rassemble des éléments empruntés aux autres types de magasins pour créer un lieu complètement original et innovant qui attire des foules de curieux. Chaque année, plus de 5 millions de personnes franchissent le seuil des 28 magasins du groupe répartis dans tout l'archipel, mais c'est bien celui de Shibuya qui résume parfaitement l'esprit de cette enseigne bien décidée à cultiver sa différence. A moins de dix minutes à pied de la gare de Shibuya, le bâtiment blanc de Tokyu Hands est connu de tout le monde.

Ouvert 7 jours sur 7, de 10h à 20h30, 364 jours par an à l'exception du Nouvel an, le touriste qui se rend à Tôkyô n'a aucune excuse s'il ne trouve pas un petit moment pour aller à la découverte de cet endroit magique aussi déroutant que peut l'être un labyrinthe conçu par un individu passionné par tout ce qui ne relève pas de la mode vestimentaire. C'était d'ailleurs la volonté affichée par les concepteurs de l'enseigne lorsqu'ils ont décidé de créer leur entreprise en 1976, deux ans avant l'ouverture de leur premier magasin à Shibuya. Contrairement à ce que le nom pourrait laisser entendre, Tokyu Hands n'est pas une branche des grands magasins Tôkyû qui dominent le quartier entourant la gare. La chaîne a été créée par Tokyu Land Corporation, filiale du groupe Tôkyû spécialisée dans l'immobilier. Voilà pourquoi le concept est aussi original. Il ne correspond à aucun modèle existant et son implantation à deux pas de Parco, ouvert en 1973 comme l'un des temples de la mode, illustre parfaitement l'état d'esprit qui habitait alors les promoteurs du projet.

Bâti sur l'ancien site d'une église, Tokyu Hands Shibuya a peut-être bénéficié d'une grâce divine qui lui a permis de séduire au cours des 35 dernières années tant de gens malgré la difficulté de définir en quelques mots son concept. En effet, Tokyu Hands est à la fois un endroit où vous trouvez tout ce qu'il vous faut pour bricoler et vous montrer créatif, mais aussi un lieu où est concentrée une quantité incroyable d'objets du quotidien et de produits dont on n'avait jamais entendu parler avant de mettre les pieds dans l'un des six étages de ce bâtiment organisé en un joyeux bazar. La plupart des personnes qui s'y rendent apprécient de déambuler dans le magasin sans but précis, sachant qu'elles tomberont à un moment ou un autre sur quelque chose qui retiendra leur attention et suscitera leur curiosité. Le personnel de Tokyu Hands est parfaitement formé à cette forme de consommation. Le groupe emploie 2 906 personnes dont 274 pour le seul magasin de Shibuya. Une partie de ces employés sillonne les différents étages pour apporter les informations et les conseils dont les clients peuvent avoir besoin lorsqu'ils se retrouvent face à un objet étonnant ou l'un des deux cents modèles de brosse à dents !

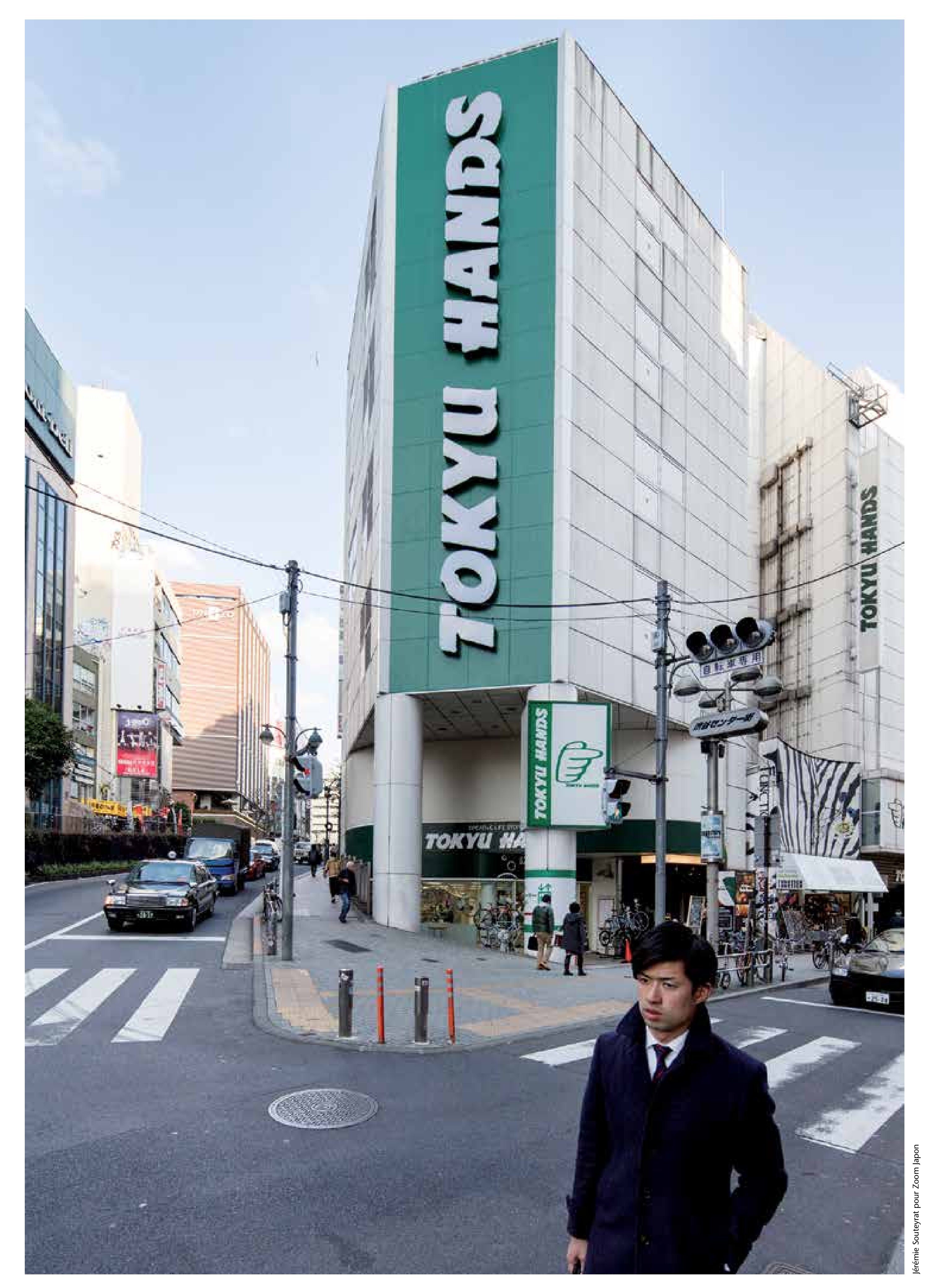


Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

Comme l'explique WADA Kenji dans *Tokyu Hands no himitsu* [Les Secrets de Tokyu Hands, Nikkei BPsha, inédit en français], le magasin est sans doute à l'origine du concept de *"longue traîne" (Long tail)* popularisé en 2004 par l'Américain Chris Anderson pour décrire une partie du marché des entreprises telles qu'Amazon qui vendent de nombreux produits, chacun en petite quantité. Il ajoute que Tokyu Hands est parvenu à créer une atmosphère où règnent le plaisir et l'attractivité sans que cela soit ostentatoire. C'est sans doute pour cette raison que le magasin est fréquenté par une clientèle très variée. Hommes et femmes, jeunes et vieux, mordus de bricolage ou amateurs d'activités créatives, étudiants et écoliers, chacun y trouve son bonheur. *"Tout le monde sait que Tokyu Hands est l'endroit où il faut aller quand on n'a pas réussi à trouver ailleurs ce que l'on cherchait",* assure MIZOGUCHI Hiroshi, le numéro deux du magasin de Shibuya.

Mais le plus agréable, c'est de se laisser entraîner dans le dédale des escaliers qui mènent aux différents niveaux du magasin. Il est peu probable que vous ne succombiez pas devant l'un des objets présentés. C'est là qu'on se rend compte que l'imagination des hommes est sans limite et que notre capacité à nous laisser séduire est également sans borne. Les touristes qui ont déjà entendu parler de Tokyu Hands en savent quelque chose. Il suffit de les observer, ne serait-ce qu'à l'étage de la papeterie avec ses milliers de modèles de stylos et de bloc-notes, pour voir la magie opérer. Il ne vous reste plus qu'à vous laisser séduire à votre tour.

ODAIRA NAMIHEI



Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon











Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

PÉRÉGRINATIONS **Plaisir à tous les étages**

Même la personne la moins encline à faire les magasins ne peut résister à l'appel de Tokyu Hands.

Etant une personne qui déteste aller faire du shopping et pour qui le pire cauchemar est d'aller passer une journée dans un centre commercial, la plupart des magasins me laissent froid. Mais l'une des rares exceptions à cette règle est Tokyu Hands dont la puissance d'attraction agit favorablement sur moi. Celui qu'on a surnommé le "marché aux astuces" est un lieu où vous trouvez forcément ce que vous cherchez, mais peut-être plus important encore, vous y découvrez des produits dont vous ne soupçonneriez pas l'existence. Une visite à Tokyu Hands est un mélange d'aventure, de chasse aux trésors et de terrain d'exploration. Chaque étage ressemble à un parc d'attractions différent du précédent.

Si l'on se fie au plan détaillé du magasin, ce dernier est composé de huit étages dont deux sont en sous-sol. En vérité, c'est un peu plus compliqué que cela dans la mesure où chaque étage est divisé en trois niveaux (A, B et C), ce qui donne à l'ensemble la forme d'une spirale géante. Pour mieux s'en rendre compte, empruntons l'ascenseur jusqu'au dernier étage pour commencer au niveau 7A. On y trouve la



dernière nouveauté baptisée "Hint 7" qui abrite le Hands Café et un large espace ouvert où sont organisés différents ateliers. Plus bas, au niveau 6C, on découvre un savoureux mélange des genres avec les fournitures pour bijoux à fabriquer soi-même et les produits pour animaux. Mais en y réfléchissant un peu, cette curieuse combinaison a tout son sens dans un pays où l'on ne fait plus d'enfants et où les animaux sont devenus les trésors de la famille. C'est à cet étage que nous rencontrons le premier des 274 employés en chemise blanche qui circulent dans tout le magasin. Avec leur tablier vert, leurs outils et leur ordinateur portable, ils sont toujours à l'affût de clients dans le besoin afin de leur prodiguer des conseils ou les aider à s'y retrouver.

Des bijoux au matériel de couture, il n'y a que quelques marches à descendre. Mais c'est ici que l'on prend conscience du tour de force réalisé dans cet endroit. Personnellement, je n'ai aucun intérêt pour les boutons ou les tissus, mais la variété des couleurs et des formes proposées est telle que cela devient envoûtant. Et je ne parle pas de la machine à coudre Bemina couleur léopard présentée au-dessus d'un modèle

Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

plus ancien et qui est vendue 40 000 yens (282€). Au niveau 6A, prenons le temps de faire une pause et profiter de l'espace consacré aux jeux et aux articles de fêtes. La diversité des produits est une nouvelle fois bluffante même si des masques de monstres m'incitent à me tourner vers le rayon consacré à l'artisanat, beaucoup plus apaisant. Dans le coin spécialisé dans le *washi* (papier japonais), on trouve un panneau bilingue japonais-anglais qui en explique les caractéristiques et propose des idées d'utilisation originale. Plus loin, on a utilisé du papier rose pour réaliser une petite girafe tandis que Kumamon, la mascotte de la préfecture de Kumamoto, trône au milieu de pinceaux et autres produits de cette région.

Nous sommes déjà au 4ème étage. J'ai atteint mon petit coin de paradis et décide de passer l'heure suivante au milieu des papiers, des stylos - on en trouve 14 000 modèles différents ! - et autres produits de création. Peut-être plus tard, je ferai un tour au niveau 2A consacré à la papeterie pour acheter un nouvel agenda ou quelques autocollants sympas. Les plus curieux ou tout simplement ceux qui ont un peu plus d'endurance que moi iront faire un tour au royaume de la lumière. Mais sans une bonne paire de lunettes de soleil, vous risquez d'être aveuglé par cette débauche d'ampoules et autres sources lumineuses.

Il vaut mieux passer au niveau 3C où vous pourrez affronter les 18 000 ustensiles de cuisine qui y sont rassemblés. Ici, le plaisir consiste à deviner l'usage de la plupart des objets présentés et on se demande quelle doit être la superficie idéale d'une cuisine pour contenir tous ces couteaux, casseroles, fouets et... le truc bizarre. La même question se pose avec les 45 000 produits de bricolage proposés de façon stratégique dans les étages inférieurs. Ils sont le cœur de Tokyu Hands puisque le magasin a été créé pour permettre aux clients de trouver tout ce dont ils avaient besoin pour faire les choses eux-mêmes. Si vous êtes en quête de produits plus exotiques, je vous conseille de passer par les niveaux 2C et 1B. Le premier est réservé aux produits de cosmétique et de beauté. On y trouve des choses pour le moins étonnantes comme ce produit qui ressemble à un instrument de torture ! J'ai du mal à imaginer la peine que se donnent les femmes - et un nombre croissant d'hommes - pour s'embellir et se sentir mieux. Parmi tous ces trucs étonnants et incroyables, on trouve les "*kogao*", des produits censés rendre votre visage plus petit. Au niveau 1B, c'est la caverne d'Ali Baba qui ravira tous les amateurs d'accessoires pour téléphone portable. Cela fera d'excellents cadeaux à offrir à vos amis.

Gianni Simone



Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

RENCONTRE **Fukumoto, maître testeur**

Le succès de Tokyu Hands s'explique par le désir de faire partager une expertise acquise au contact des produits.

Chaque entreprise, y compris un magasin comme Tokyu Hands dont le système est fondé sur la collaboration, le travail d'équipe et les commentaires des employés, a besoin d'un capitaine. FUKUMOTO Kazuhiro dirige le magasin de Shibuya depuis 18 ans. Il a accompagné l'évolution du marché. Originaire d'Ôsaka, il a divisé son temps entre Tôkyô et Hiroshima avant de prendre la direction du magasin amiral de l'entreprise Tokyu Hands. Il nous parle de ce lieu si particulier dans l'univers de la distribution.

Combien d'étrangers visitent votre magasin chaque année ?

FUKUMOTO Kazuhiro : En vérité, il est assez compliqué de connaître précisément le nombre d'étrangers qui se rendent dans notre magasin, d'autant plus que les Asiatiques sont nombreux et qu'il est difficile de les distinguer des clients japonais. Ceci dit, si on se limite aux seules personnes qui ont fait des achats, au cours des six derniers mois, ce sont environ 6 000 étrangers qui sont venus à Tokyu Hands. On a même enregistré une forte augmentation au cours des trois, quatre derniers mois car de nombreux touristes, notamment en provenance d'Asie, peuvent désormais venir au Japon sans visa. C'est ce qui explique la forte présence de personnes originaires d'Asie du Sud-Est.

Par quels types de produits sont-ils intéressés ?

F. K. : Les touristes achètent en général des cartes postales ou de petits souvenirs, des objets qu'ils ne peuvent trouver qu'au Japon. Toutefois, nous avons remarqué dernièrement une progression des ventes de valises et de bagages. Je ne sais pas très bien pourquoi dans la mesure où ils sont surtout fabriqués en dehors de l'archipel. Peut-être que ces touristes viennent avec de petites valises et au moment du retour, ils se rendent compte qu'ils n'ont pas assez d'espace pour ramener tout ce qu'ils ont acheté ici ! (*rires*)

Comment expliquez-vous la grande popularité de Tokyu Hands ?

F. K. : Je crois tout simplement que nous sommes une enseigne unique qui ne ressemble à aucune autre. Vous aurez du mal à trouver un magasin comme le nôtre ailleurs. Tout d'abord, nous ne nous limitons pas à un seul domaine. De l'entretien de la maison à la décoration, en passant par les accessoires de bureau, les jouets et les soins de beauté, nous vendons des produits qu'on ne trouve pas, en général, dans un seul magasin. En outre, et c'est peut-être le plus important, nous offrons le savoir-faire. Notre personnel est toujours prêt à aider et à offrir des idées ou des conseils.

Sur quoi est fondée l'expertise de votre personnel ?

F. K. : Nous disposons d'un endroit que nous avons baptisé "Hint House" où nous testons les produits. Mais c'est surtout un engagement de tous. Tout le monde met la main à la pâte, du simple employé au cadre, pour utiliser à titre personnel les produits que nous vendons afin de pouvoir déterminer leurs qualités et leurs défauts. Même moi qui me fais vieux et qui perds mes cheveux, j'ai testé des shampoings afin de déterminer le plus adapté à ce genre de besoin. Toute cette information est partagée avec le reste du personnel lors de réunions au cours desquelles nous discutons de la meilleure façon de présenter les produits à notre clientèle. On peut donc dire que notre expertise se fonde sur nos besoins et nos intérêts personnels ainsi que sur le désir de comprendre comment fonctionnent les choses.



Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

Cela fait 30 ans que vous travaillez chez Tokyu Hands dont 18 à la tête du magasin de Shibuya. Comment votre travail a-t-il évolué au cours de ces années ?

F. K. : Auparavant, l'organisation était décentralisée. Chaque branche locale était responsable pour acquérir les produits qu'elle jugeait bon de vendre. Cela signifie que certains magasins vendaient des choses très différentes de celles qu'on trouvait ailleurs. Mais c'était une méthode assez inefficace pour gérer nos magasins. Voilà pourquoi on a décidé de laisser cette tâche à un bureau central. Dans le passé, nous pensions qu'il fallait offrir un maximum de choix aux clients. Désormais, nous estimons qu'il est plus judicieux d'affiner notre sélection pour fournir des produits que nous jugeons vraiment bons.

Comment a évolué le client type ?

F. K. : Tokyu Hands a d'abord attiré les gens aimant travailler de leurs mains. C'est la raison pour laquelle nous stockons encore beaucoup d'outils et de matériaux. Toutefois, cette clientèle a eu tendance à baisser pour laisser la place à des clients préfèrant des produits finis. Depuis trois ou quatre ans, nous avons noté un renouveau des amoureux du bricolage. Un autre point intéressant concernant notre magasin, c'est qu'il est situé à Shibuya, un quartier plutôt fréquenté par les jeunes. Notre clientèle a vieilli avec nous et elle est donc relativement plus âgée que celle des autres magasins du coin. Je crois qu'il s'agit surtout d'une question de priorité. Les jeunes préfèrent dépenser leur argent dans des jeux vidéo ou les téléphones portables. En revanche, les gens auparavant occupés à travailler ou à élever une famille ont désormais le temps de se consacrer à leurs passions ou leurs hobbies.

Quelle est la philosophie de Tokyu Hands ?

F. K. : Tokyu Hands est Tokyu Hands parce qu'il est très différent de tous les autres magasins. J'ai conscience que ce slogan n'a pas beaucoup de sens, mais en même temps, ne pas pouvoir résumer notre activité en une seule phrase n'est pas très bon pour les affaires. Disons que notre objectif est de rendre la vie plus agréable. Nous avons mis sur pied un système de "vente conseil" grâce auquel nous conseillons nos clients sur la meilleure façon d'utiliser les produits. Les gens peuvent désormais obtenir tout type d'informations sur Internet et nous disposons d'une boutique en ligne de sorte qu'il n'est pas nécessaire de sortir de chez vous pour obtenir ce que vous voulez. Cependant, nous croyons que la meilleure façon de tirer profit de votre expérience d'achat est de vous rendre dans notre magasin, de toucher le produit et de bénéficier de notre expertise.

PROPOS RECUEILLIS PAR G. S.



Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

CONCERT **Message d'espoir à Strasbourg**

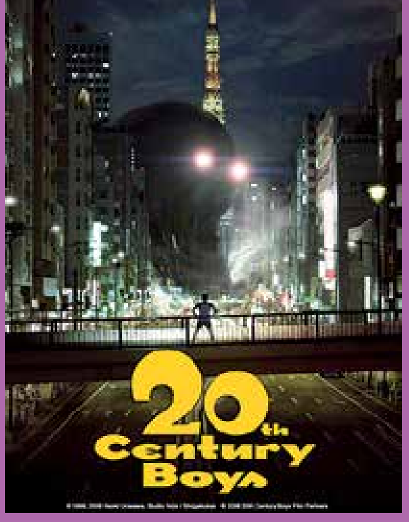
Trois ans déjà que le nord-est de l'archipel a été balayé par un tsunami géant qui a brisé de nombreuses vies. Au lendemain de la catastrophe naturelle, de nombreux musiciens à travers le monde se sont mobilisés et ont organisé des concerts pour rassembler des fonds et adresser un message d'espoir aux sinistrés. Malgré les années qui passent, cette mobilisation musicale ne faiblit pas. Pour preuve, le concert organisé à Strasbourg le 19 février avec l'orchestre philarmonique de Strasbourg, la Maîtrise de l'Opéra national du Rhin et la violoniste SHÔJI Sayaka. Filmé par les caméras de la chaîne publique NHK, cet événement musical de premier plan sera diffusé au Japon le 16 mars au cours d'une semaine consacrée à l'engagement des musiciens pour des grandes causes comme celle-ci. Au cours de ce concert, les chœurs d'enfants seront en partie assurés par des jeunes venus de Fukushima. Un joli rendez-vous à ne pas manquer.

Église Saint-Paul de Strasbourg
1, Place du Général Eisenhower
67000 Strasbourg
Réservation : 03 88 41 87 24
ou info@otstrasbourg.fr

Shinoyama Kishin

CINÉ-CLUB **Voyage dans le temps à La Pagode**

En attendant de recevoir le 11 mars, KUROSAWA Kiyoshi qui viendra nous présenter son nouveau film *Real*, la séance du 11 février à 20h à La Pagode sera consacrée au film de TSUTSUMI Yukihiko, *20th Century boys*. Adapté du manga signé URASAWA Naoki, ce long métrage très prenant nous entraîne dans un monde imaginé par des enfants en 1969 mais qui se réalise vingt ans plus tard. Pour évoquer cet univers et analyser les thèmes abordés par le film, nous recevrons YATABE Kazuhiko, professeur à l'université Paris-Diderot. Vous pouvez d'ores et déjà réserver votre place sur notre site Internet. Pensez également à vous abonner à notre lettre d'information pour ne rater aucun des événements à venir.



57 bis rue de Babylone 75007 Paris www.rendezvousaveclejapon.fr

HUMEUR par KOGA Ritsuko

Le client est-il vraiment le roi ?

Je rêvais de faire du shopping en France et d'acheter des produits emplis d'esprit français. Arrivée dans ce pays, j'ai découvert un marché. Je me souviens qu'il diffusait une odeur particulière, un mélange de boucherie et de fromagerie. Mais en général, mon instinct japonais me guide vers les supermarchés où je n'ai nul besoin de parler. J'ai été impressionnée la première fois où je me suis retrouvée à la caisse : la caissière était assise ! Au Japon pour certains métiers, rester assis est le reflet d'un manque de motivation et de respect vis-à-vis des clients, et la caisse en fait partie !
"*Les clients sont des dieux* (même pas des rois!)" au Japon, malgré son sens originel, cette phrase est souvent employée pour décrire la relation entre les clients et les commerçants. Cet hiver, au Japon, je suis allée dans un magasin d'électroménager. Lorsque j'ai posé une question à un vendeur, il est parti 15 minutes afin de résoudre mon souci. Quand il est revenu , il s'est excusé de m'avoir fait attendre et m'a fait 10% de remise sur tous mes achats. C'est un exemple banal du Japon. En France, dans beaucoup de magasins, quand les vendeurs sont en train de ranger des rayons, ils font semblant de ne pas me remarquer même si je suis devant la caisse, portefeuille à la main. Puis 5 minutes plus tard (si je les appelle) ils viennent encaisser en lâchant un soupir. De plus si jamais je veux payer avec des billets et que la caisse n'a pas de monnaie ils font la grimace. Je pense que ça les arrangerait mieux si je faisais du vol à l'étalage.



Du coup c'est plus agréable de faire mon shopping sur internet. Tout va bien jusqu'au règlement, c'est après ce moment que tout ne se passe pas comme on le souhaiterait. Le piège arrive plus tard. Le colis n'arrive pas toujours. Finalement, ce genre d'esprit français est loin de me manquer !

MUSIQUE **La Miyavi touch débarque en France**

Musicien inclassable, Miyavi a commencé sa carrière dans le Viusal kei pour progressivement s'affranchir des codes de ce style très marqué. Il revient en Europe pour une série de concert très attendu par ses fans. Il sera notamment à Paris, à La Cigale, le 14 mars à 20h, pour interpréter en partie les chansons de son dernier album Miyavi qui sera mis en vente le 3 mars. Celui que se présente comme le "guitariste samouraï" apprécie particulièrement le public européen et son ouverture à l'égard des artistes



étrangers. *"Il est bien plus à l'écoute que celui des Etats-Unis. Je sens beaucoup de points communs entre nous"*, explique-t-il dans un entretien à *Zoom Japon*. La reconnaissance de l'audience en Europe le touche particulièrement, ce qui explique les 11 dates programmées sur le continent. Reste qu'il a choisi de s'installer à Los Angeles où il va entamer une carrière d'acteur aux côtés d'Angelina Jolie dans le film *Unbroken* en salles à la fin de l'année 2014.

La Cigale
120, Boulevard de Rochechouart
75018 Paris
Tél. : 01 49 25 89 99
www.lacigale.fr/spectacle/miyavi/

LITTÉRATURE Un brûlot signé Takahashi

Avec *La Centrale en chaleur*, le romancier utilise le grotesque pour réveiller ses contemporains.

Quand on évoque la littérature japonaise des trente dernières années, le nom qui revient invariablement sur toutes les lèvres est celui de MURAKAMI Haruki. L'auteur de 1Q84, best-seller mondial, n'a pas volé sa notoriété internationale, mais celle-ci a fait de l'ombre à d'autres auteurs de la même génération qui, pendant ces trois dernières années, ont été oubliés par les grandes maisons d'édition prêtes à batailler pour publier les œuvres du grand Murakami. Parmi ces auteurs négligés figure TAKAHASHI Gen'ichirô. Considéré au Japon comme l'un des écrivains majeurs de la littérature contemporaine, il commence timidement une carrière internationale grâce à la curiosité et le courage (n'ayons pas peur de le dire) d'éditeurs prêts à prendre des risques. C'est le cas de Books Editions qui, après *Sayonara Gangsters* paru au printemps dernier, a choisi de publier *La Centrale en chaleur* (Koisuru genpatsu), un roman que l'auteur avait commencé au lendemain des attentats du 11 septembre 2001 avant de le mettre de côté. *"Je voulais écrire sur ce thème. Comme je ne parvenais pas à aborder la question comme je le souhaitais, c'est-à-dire d'une façon légère, je l'ai mis entre parenthèses. Les événements du 11 mars 2011 m'ont donné l'occasion de le reprendre et de lui donner une nouvelle vie"*, explique-t-il.

Très touché par les événements tragiques qui ont frappé la côte nord-est de l'archipel et surtout par l'accident nucléaire de Fukushima Dai-ichi sur lequel il est beaucoup intervenu dans la presse japonaise, TAKAHASHI Gen'ichirô a trouvé une manière originale, loufoque mais aussi touchante d'aborder ce sujet délicat dont le traitement a été codifié par les autorités dans le but d'éviter les questions gênantes. Dernier avatar de cette tentation de cacher les choses, la loi sur les secrets d'Etat adoptée fin 2013 qui a d'ailleurs suscité la colère de l'écrivain. Avec *La Centrale en chaleur*, TAKAHASHI choisit d'aller au clash, en racontant l'histoire d'un réalisateur de films porno qui décide de faire un long métrage X à but humanitaire afin de venir en aide aux sinistrés du séisme du 11 mars 2011. La part de grotesque dans ce roman étonnant rappelle la façon dont certains auteurs de manga comme HANAWA Kazuichi ou MARUO Suehiro abordaient des thématiques fortes dans leurs œuvres du début des années 1970. C'était l'époque où le Japon basculait défintivement dans le camp de l'Amérique et jetait un voile pudique sur la période noire de la guerre. A l'instar de ces grands artistes que l'on commence aussi à découvrir en France, TAKAHASHI manie la plume avec une fausse légèreté. *La Centrale en chaleur* ne doit pas se lire au premier degré avec ses gros mots et ses expressions fleuries. Comme à son habitude, il s'en prend aux idées reçues et à cette capacité des Japonais à oublier les sujets qui fâchent.



Et pour secouer le cocotier, TAKAHASHI n'y va pas par le dos de la cuillère et convoque toutes les célébrités du moment. D'Angelina Jolie avec qui le réalisateur aimerait coucher à Kim Jong-il, du moins un sosie hardeur, en passant par MIYAZAKI Hayao qu'il voudrait bien mettre au générique et l'empereur Akihito, il n'épargne personne, y compris lui-même. Le roman contient en effet des éléments autobiographiques puisque dit-il *"j'ai moi-même réalisé trois films érotiques par le passé. C'était en 1996. A l'époque, je m'étais rendu sur le tournage d'un film X pour les besoins d'un article. Le réalisateur, qui était l'un de mes amis, m'a proposé de le diriger plutôt que d'être un simple spectateur. C'est ce que j'ai fait avant d'en réaliser deux autres par la suite, même si cette expérience a été pour le moins embarrassante"*. C'est sa façon de montrer qu'il n'entend pas se poser en donneur de leçons. L'important, c'est de parler du sujet, de le triturer afin qu'il en sorte quelque chose.

Il aurait pu le faire de façon sérieuse à la manière d'un MURAKAMI Haruki lors de la remise du prix international de Catalogne en juin 2011, mais cela aurait été à l'encontre de sa nature qui privilégie le rire pour traiter les sujets les plus sensibles.

- Président, la liberté d'expression n'existe pas au Japon, vous ne le saviez pas !?

- Ah bon ! Y en a pas ?

- Non !

- Pourquoi ?

- Ben parce que le peuple nippon pense que la liberté d'expression n'est pas un bien nécessaire ! Parce qu'il pense que cela ne change rien que cette chose-là existe ou non.

TAKAHASHI entend bien ne pas abandonner ce bien et il le montre d'une bien belle façon dans ce roman à lire et à relire.

GABRIEL BERNARD

RÉFÉRENCE

LA CENTRALE EN CHALEUR de TAKAHASHI Gen'ichirô, trad. par Sylvain Cardonnel, Books Editions, 18€.

RENCONTRE Mizuhara a les pieds sur terre

SAIKUSA Satoshi

Mannequin vedette et actrice en plein essor, MIZUHARA Kiko s'est confiée à *Zoom Japon*. Elle raconte son passé et ses projets d'avenir.

Je me trouve dans un *love hotel* de Tôkyô. Le grand lit deux places occupe une grande partie de la pièce de style japonais avec son rideau de bambou et sa peinture classique. Elle est là, allongée sur le lit dans son kimono noir brodé d'or. Et si elle ne portait pas à ses pieds des chaussures Christian Dior signées John Galliano, j'aurais pu croire que j'avais fait un grand bond en arrière dans le temps pour me retrouver à Yoshiwara, le quartier des plaisirs à Edo. Mais MIZUHARA Kiko, l'un des mannequins et l'une des actrices les plus prisées du Japon, est tout sauf une courtisane et l'illusion ne dure que quelques secondes, le temps que l'assistant du photographe pénètre dans la pièce pour récupérer son matériel et que Kiko disparaisse dans l'autre pièce. Quelques minutes plus tard, nous sommes assis côte-à-côte dans un minibus qui nous conduit à Shibuya. Un large sourire a remplacé le regard énigmatique de tout à l'heure.

Sans maquillage, elle ressemble à une petite fille. Pourtant, à 23 ans, elle est déjà considérée comme une ancienne dans le monde du mannequinat puisqu'elle a passé ces dix dernières années devant les objectifs. “*Quand j'étais au collège, j'ai décidé que je serai mannequin ou que je travaillerai dans la création. Ma mère a toujours été intéressée par la mode. Elle a donc dû m'influencer dans mes choix*”, raconte-t-elle. “*Quand j'étais au lycée, le magazine Seventeen cherchait de nouveaux modèles. Ma mère a envoyé ma candidature et me voilà*”.

Kiko reconnaît que son métissage a été un plus dans sa carrière. “*Mon père est Américain tandis que ma mère est une Coréenne élevée au Japon. Mon apparence et ma taille ont donc joué en ma faveur*”, ajoute-t-elle. Mais comme le remarque la photographe NINAGAWA Mika, Kiko n'est pas simplement une jolie poupée. Cette dernière ne dit pas le contraire. “*De toute évidence, l'apparence ne suffit pas. Tout d'abord, vous devez mettre de côté vos inhibitions. Mais le plus important, c'est d'élargir constamment vos connaissances, expériences et intérêts. Vous devez être curieux de tout. Cette partie de moi vient du côté de mon père, je crois*”.

Après trois années passées à travailler pour Seventeen, MIZUHARA Kiko passe un contrat avec le magazine ViVi. “*Chez Seventeen, tout semblait être un jeu. Chez ViVi, l'approche était beaucoup plus professionnelle. Chaque jour, je devais porter 60 à 70 vêtements différents et m'assurer que je les mettais bien en valeur. Je ne me souviens plus combien de temps j'ai passé devant un miroir pour trouver de nouvelles attitudes et expressions du visage. Ce fut une formidable période d'apprentissage et j'ai mûri d'un point de vue professionnel. Mais maintenant, je suis libre et je peux choisir ce que je veux faire. Je souhaite notamment me consacrer davantage au cinéma. Et puis, après avoir travaillé essentiellement au Japon, j'aimerais bien découvrir d'autres horizons en Asie*”, confie-t-elle.

L'Asie a d'ailleurs joué un rôle non négligeable dans la carrière d'actrice de Kiko puisque son premier film, *La Ballade de l'impossible*, a été dirigé par le réalisateur d'origine vietnamienne Tran Anh Hung . “*Je lui dois tout*”, reconnaît-elle. “*Ce fut un défi quotidien. Avoir comme partenaires MATSUYAMA Ken'ichi et KIKUCHI Rinko, des acteurs déjà accomplis, me compliquait la tâche. Tout le monde m'a beaucoup aidé, mais cela n'a pas été facile. Je me souviens qu'après chaque prise, je me disais que c'est la première et dernière fois que je fais un film*”.

En définitive, ce long métrage a marqué un tournant dans la vie de Kiko tant sur le plan professionnel que personnel. “*Pour interpréter mon rôle, il a fallu que je plonge au tréfonds de mon âme à la recherche de sentiments dont je n'étais pas sûre d'être dépositaire. Jusque là, j'avais toujours cherché à être gentille avec les autres, mais pendant le tournage, j'ai pris conscience qu'être gentille et être digne de respect sont deux choses bien différentes. J'ai appris qu'exprimer mes sentiments était positif.*” Depuis, elle a enchaîné de nombreux films, mais elle a toujours beaucoup à apprendre. “*En tant que mannequin, après dix années de travail, je ne crains plus rien. Le cinéma reste encore quelque chose de mystérieux à mes yeux et à chaque fois que je commence un nouveau tournage, je suis anxieuse.*”

Malgré ses 23 ans et sa longue expérience de modèle, elle conserve une grande sensibilité. Face au succès, elle garde les pieds sur terre. “*Dans un certain sens, devenir célèbre n'est pas trop compliqué. Ce qui est difficile, c'est d'être en mesure de gérer le succès. Beaucoup de choses ont changé autour de moi, mais j'ai l'impression d'être restée la même. Je sais que tôt ou tard, cela s'arrêtera et que je devrai utiliser mon temps du mieux que possible*”, raconte-t-elle. Son arme secrète, c'est sans doute son optimisme qu'elle conserve quant à son avenir. “*La plupart des films sur lesquels j'ai travaillé jusqu'à présent ne laissaient pas beaucoup de place à des rôles réalistes. C'est pourquoi j'aimerais, à l'avenir, travailler davantage sur des histoires réalistes plus proches de la vie des gens. J'aime les défis et je suis prête pour de nouveaux projets surtout si je sens qu'ils peuvent conduire à de grands résultats*”.

GIANNI SIMONE

ÉVÉNEMENT Expressions littéraires

Le romancier FURUKAWA Hideo et les poètes SUGA Keijirô et ISHIDA Mizuho racontent le Japon de l'après 11 mars.

Au printemps dernier, FURUKAWA Hideo nous avait expliqué l'importance que revêtait pour lui la lecture en public de ses œuvres. *"En un sens, on pourrait dire que j'aime lire de tout mon corps. Un point intéressant concerne mes lectures à l'étranger. Les gens comprennent ce que j'essaie d'exprimer, bien que, je lise en japonais. J'aime aussi aller à la rencontre des lecteurs. La lecture est une expérience éminemment solitaire, mais lorsque je lis devant 50 ou 100 personnes, nous "vivons" tous ensemble le livre en même temps. Je trouve que c'est une expérience très forte. Et en réfléchissant bien, dans le passé, la littérature était quelque chose qui se lisait en public. On peut donc dire que je me réclame de cette tradition. Je trouve que la littérature contemporaine est devenue si sophistiquée qu'elle a perdu une partie de sa force. Je veux retrouver son énergie primitive"*, nous expliquait-il avec force. Accompagné des poètes SUGA Keijirô et ISHIDA Mizuho, le romancier va faire la démonstration de cette envie d'exprimer physiquement ses écrits lors de rencontres qui se dérouleront en France et en Grande-Bretagne. Elles visent à raconter les conséquences du séisme du 11 mars 2011 tant sur le plan des hommes que de la nature. L'accident de Fukushima Dai-ichi et ses effets sur le quotidien des personnes déjà sinistrées sont aussi des thèmes que les trois écrivains vont aborder pendant ces rencontres avec le public français et anglais. C'est aussi un questionnement sur l'avenir auquel ils vont se livrer. *"Evidemment je souhaite que la région du Tôhoku soit secourue, que ses habitants soient aidés pour de vrai et que le gouvernement s'attaque au danger réel que représente l'énergie nucléaire. Une des conséquences principales du 11 mars est de nous avoir rapprochés et obligés à faire face à la même réalité alors qu'avant le séisme, chacun vivait de son côté"*, nous avait confié FURUKAWA Hideo qui est né à Fukushima.
Depuis la traduction de *Alors Belka, tu n'aboies plus ?*, la notoriété de FURUKAWA Hideo au-delà des frontières de l'archipel n'est plus à faire. Ce n'est peut-être pas encore le cas de ses deux acolytes, mais SUGA Keijirô et ISHIDA Mizuho vont assurément marquer les esprits du public. Les deux poètes récompensés par plusieurs prix littéraires au Japon ont une présence et une qualité littéraire tout aussi forte que l'énergique FURUKAWA qui, lorsqu'il était plus jeune, s'était investi dans le théâtre. Autant de bonnes raisons pour ne pas manquer ce moment unique. Et pour ne pas le rater, pensez à réserver vos places !

ODAIRA NAMIHEI



ASAOKA Eisuke

"On pourrait dire que j'aime lire de tout mon corps", explique FURUKAWA Hideo.

PRATIQUE

Samedi 1er mars - 16h-18h30
Office de Tourisme et des Congrès de Rouen
www.rouentourisme.com
Gratuit dans la limite des places disponibles

Mercredi 5 mars - 19h-21h
Maison du Japon - http://maisondujapon.org
Gratuit dans la limite des places disponibles

Jeudi 6 mars - 14h30-16h et 16h30-17h30
Université de Lille III - www.univ-lille3.fr
Rencontre avec les étudiants

Vendredi 7 mars - 19h-21h
Espace Japon - www.espacejapon.com
Entrée : 5€
Réservation : invisiblewaves2014@gmail.com


©Studio Ghibli

HORIKOSHI Jirô, concepteur du célèbre chasseur Zéro, devant l'épave d'un de ses appareils.

CINÉMA La grande guerre de Miyazaki

Succès de l'année 2013 au Japon, *Le Vent se lève* est enfin à l'affiche en France. Une magnifique leçon d'histoire et de cinéma.

Dernier film de MIYAZAKI Hayao en tant que réalisateur même si certaines rumeurs laissent entendre qu'il pourrait revenir sur sa décision en cas de succès aux Oscars, *Le Vent se lève (Kaze ni tachinu)* est un nouveau chef-d'œuvre du maître de l'animation. Au-delà de la maîtrise artistique, de la maestria avec laquelle il a mis en scène la passion des différents personnages et de son génie en tant qu'animateur, ce qui retient l'attention dans ce film, c'est le regard que MIYAZAKI porte sur l'histoire de son pays. Comme dans la plupart de ses autres réalisations, il aborde le sujet de la violence et de la guerre qu'il rejette tout en étant, d'une certaine façon, fasciné par les armes dont il montre souvent les utilisations meurtrières. Mais *Le Vent se lève* se différencie des autres films comme *Le Château ambulant* par son ancrage dans l'histoire du Japon contemporain, plus précisément dans les années 1930 puisqu'il se fonde sur la vie de HORIKOSHI Jirô, le concepteur du célèbre chasseur Zéro qui devint l'un des symboles forts de l'empire japonais pendant la Seconde Guerre mondiale. C'est d'autant plus intéressant que le débat sur cette page historique fait rage dans l'archipel, mais aussi dans le reste de l'Asie. La récente visite du Premier ministre ABE Shinzô au sanctuaire Yasukuni à Tôkyô où l'on honore la mémoire des soldats morts pour la patrie (y compris des criminels de guerre) a suscité la colère de la Chine et de la Corée du Sud. Avec son film, MIYAZAKI veut amener les Japonais, les jeunes en particulier, à réfléchir à cette période et à ses conséquences. Lors de la sortie japonaise, le Studio Ghibli a largement diffusé son magazine gratuit *Neppu* dans lequel le réalisateur racontait notamment son expérience de la guerre (il est né en 1941) et exposait sa vision de la Constitution actuelle que certains voudraient bien réviser. Et même si ce sujet peut sembler futile aux spectateurs français, il a le mérite d'être mis sur la table avec une subtilité que seul un grand monsieur du cinéma possède. MIYAZAKI quitte peut-être la scène, mais son combat n'est pas terminé. **O. N.**

RÉFÉRENCE

LE VENT SE LÈVE (KAZE TACHINU) de MIYAZAKI Hayao, 2h06 - Actuellement au cinéma.







Ce premier volet de l'histoire du fondateur du bouddhisme est parfois un peu trop fidèle au manga original.

DVD Si Bouddha nous était conté

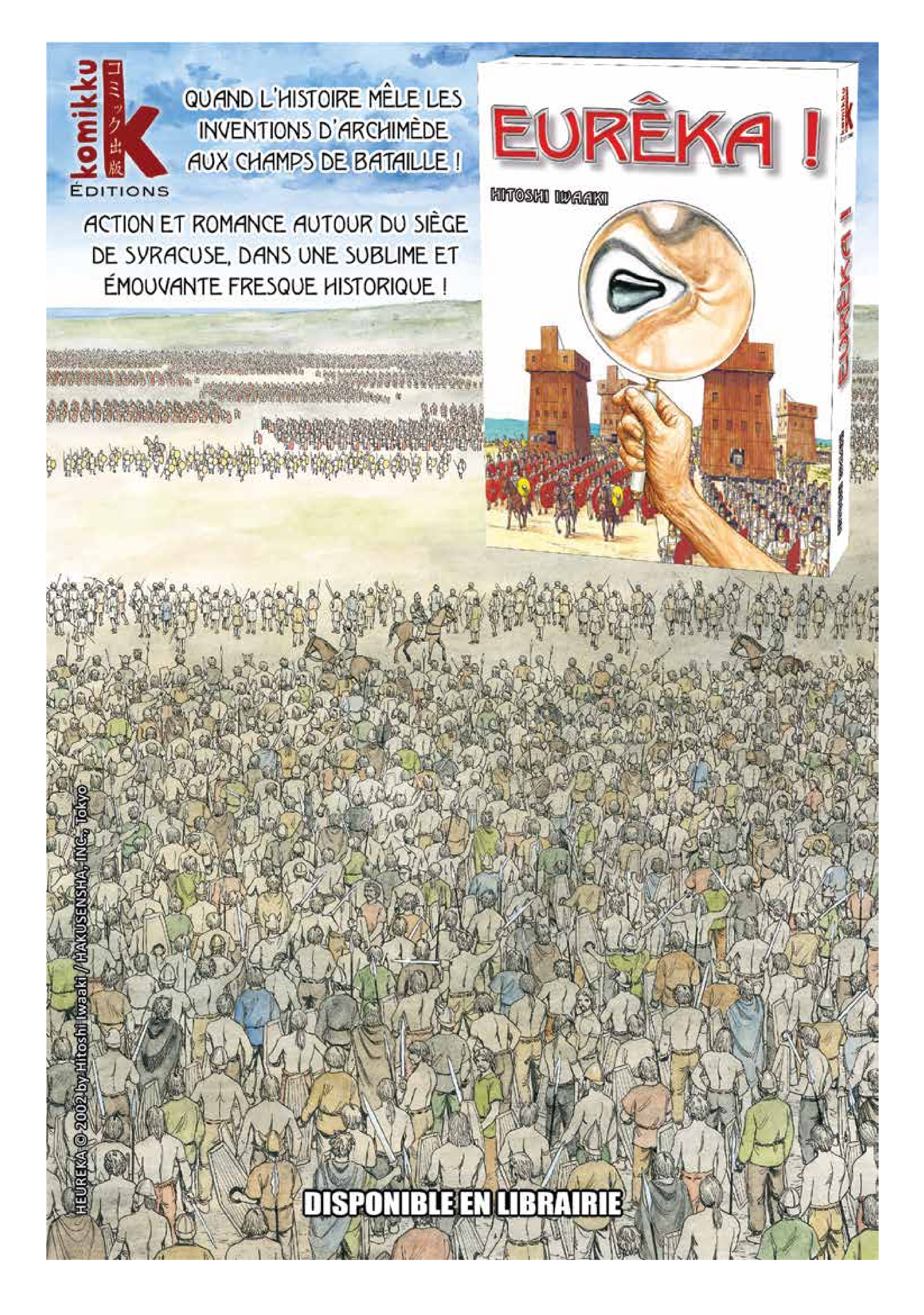
La première partie de l'adaptation de *La Vie de Bouddha* de TEZUKA Osamu est enfin disponible en France.

Adapté du manga *La Vie de Bouddha* de TEZUKA Osamu (éd. Tonkam), le film *Bouddha, le grand départ* débarque en France grâce à Kazé qui a également offert au public l'avant-première mondiale du second volet de cette histoire intitulé *Bouddha 2, un voyage sans fin*. Sorti en 2011 au Japon, *Bouddha, le grand départ* est donc la première partie d'une trilogie consacrée à l'histoire du guide spirituel et fondateur du bouddhisme. MORISHITA Kôzô a choisi de suivre fidèlement le découpage du manga dans le scénario signé YOSHIDA Reiko qui raconte l'initiation de Siddharta, un jeune homme issu des classes dirigeantes. Sa rencontre avec Migaila, une jeune fille de caste inférieure, l'amène à quitter le palais qu'il occupe pour voyager à travers la campagne et ses villages afin de se confronter aux réalités de la pauvreté. Mais la brutalité du monde le rend triste et il prend conscience de la nature éphémère et cruelle de la vie des hommes. Il comprend que son statut privilégié ne sert à rien face aux épreuves de la vie et qu'il doit choisir une autre voie. La sortie du film avait été annoncée pour 2013, mais c'est heureux finalement qu'elle ait été retardée, car elle estompera le sentiment de frustration que le spectateur ressent à la fin quand apparaît sur l'écran "A suivre". Puisque la seconde partie sera projetée sur les écrans en 2014, on peut escompter sa diffusion en France dans les mois à venir. S'il ne s'agit pas d'une œuvre majeure du point de vue de l'animation, *Bouddha, le grand départ* est un film agréable et prenant. Les personnages sont bien campés même si l'on peut reprocher à cette adaptation de ne pas prendre un peu de distance avec l'œuvre de TEZUKA. Il y a en effet quelques longueurs qui auraient sans doute pu être évitées si elle avait été réduite à un seul film.

G. B.

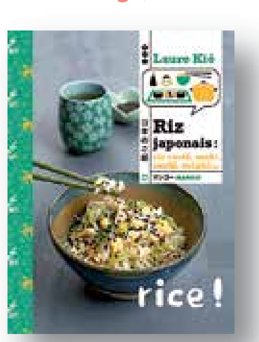
RÉFÉRENCE

BOUDDHA, LE GRAND DÉPART de MORISHITA Kôzô, 1h54 - DVD 19,95€ - Blu-Ray 24,95€


komikku
コミック出版
ÉDITIONS
QUAND L'HISTOIRE MÊLE LES INVENTIONS D'ARCHIMÈDE AUX CHAMPS DE BATAILLE !
ACTION ET ROMANCE AUTOUR DU SIÈGE DE SYRACUSE, DANS UNE SUBLIME ET ÉMOUVANTE FRESQUE HISTORIQUE !
EURÊKA !
HITOSHI IWAAKI
DISPONIBLE EN LIBRAIRIE
HEUREKA © 2002 by Hitoshi Iwaaki / HAKUSENSHA, INC., Tokyo

Les petits secrets du riz japonais

Laure Kié aime la cuisine et elle aime partager sa passion. Dans son nouvel opus consacré au riz, elle nous propose de découvrir quelques recettes pour mettre en valeur cette céréale que les Japonais consomment encore beaucoup même si les jeunes ont tendance à lui préférer désormais le pain. *"En japonais, le mot gohan (riz) signifie également le repas. Cela montre bien à quel point le riz reste un élément important de l'alimentation"*, explique-t-elle. Dans son ouvrage, elle cherche à le mettre en valeur à travers des préparations originales. *"Une de mes recettes préférées est celle que j'ai intitulée "riz d'automne". C'est un takekomi gohan, un riz cuit dans un bouillon dashi avec du soja, du mirin, des morceaux de poulet et des châtaignes"*, confie-t-elle, rappelant au passage l'importance de la cuisson du riz. *"Ce que j'apprécie avant tout dans le riz japonais, c'est sa consistance, moelleuse tout en étant ferme sous la dent"*. En suivant les conseils de Laure Kié, il y a peu de chances que vous ratiez les savoureuses recettes proposées.



Rice ! Riz japonais : riz sauté, maki, sushi, onigiri… de Laure Kié, Éditions Mango, 14,95€.

PÂTISSERIE Mettez un tigre dans votre goûter

Implanté depuis 1980 dans la capitale française, Toraya s'est bâti une solide réputation chez les gourmets.

Toraya, que l'on pourrait traduire par la maison du tigre, est une institution au Japon. Fondée au début du XVIème siècle à Kyôto par la famille KUROKAWA qui continue de la diriger - c'est aujourd'hui la dix-septième génération -, la pâtisserie est devenue fournisseur officiel de la famille impériale. Lorsque la cérémonie du thé s'est répandue sous l'influence des moines bouddhistes, le recours aux pâtisseries (*wagashi*) s'est popularisé et Toraya a ainsi pu prospérer et devenir la grande référence en la matière.

Outre la qualité de ses préparations, la marque de fabrique de Toraya, c'est sa poésie. Ses gâteaux sont élaborés comme des haiku, ces poèmes courts qui font référence à une saison. Ses *wagashi* portent ainsi des noms qui évoquent des saisons et sont commercialisés en fonction de celles-ci. Au printemps, on peut se régaler avec l'*Iwane no tsutsuji* (l'azalée du creux du rocher) tandis qu'*Uchimizu* (un brin de fraîcheur) lui succède en été avant de céder sa place à *Hatsukari* (premières oies sauvages) à l'arrivée de l'automne.

Un autre point fort des pâtisseries de Toraya consiste à éveiller tous les sens de celui qui a la chance de les déguster. Le goût est évidemment privilégié grâce aux saveurs qui régalent le palais. L'odorat n'est pas oublié avec les parfums subtils qui se dégagent des différents ingrédients . Le toucher est lui aussi sollicité notamment lorsque le gâteau est en bouche. Sa texture délicate provoque de belles sensations sur la langue. Les *wagashi* sont également un plaisir pour les yeux. Les formes et les couleurs sont là pour figurer quelques paysages oniriques qui nous entraînent dans des univers lointains. Enfin, l'ouïe du gourmet est mise à contribution grâce aux noms poétiques qui évoquent les saisons et les légendes historiques.

Tout cela a contribué à forger la réputation de ce pâtissier qui attire un nombre croissant de clients dans sa boutique parisienne. Mme ICHIHARA, sa directrice, note aussi que les clients résidant hors



de France se font de plus en plus nombreux. Les *Sakura mochi* préparés pour la fête de filles du 3 mars et les *kashiwa mochi* pour la fête des garçons (5 mai) restent très prisés par les familles japonaises et franco-japonaises de la capitale. Le menu de midi (24,90€) servi entre 12h et 14h30 (15h le samedi) qui change tous les mois est accompagné de *wagashi* et de thé vert .

OZAWA KIMIE

PRATIQUE

S'Y RENDRE **Toraya -10 rue St-Florentin 1er Paris Tél. 01 42 60 13 00 - Tous les jours (sauf le dimanche) de 10h30 à 19h. www.toraya-group.co.jp/paris/paris/**

UNE RECETTE DE PÂTISSERIE

Daifuku mochi

(Bouchée à la pâte de haricots rouges)

On oublie que la cuisine japonaise ne se résume pas seulement au poisson cru et autres mijotés. Il existe aussi des pâtisseries (wagashi) qui commencent à susciter l'intérêt des gastronomes. Nous vous proposons ce mois-ci d'essayer la réalisation de *daifuku mochi* à déguster avec un bon thé vert.

INGRÉDIENTS (pour 10 pièces)



Pour la pâte d'*azuki* (haricot rouge du Japon)
250g d'*azuki* (disponibles dans certaines boutiques bio ou dans les épiceries asiatiques)
125cl d'eau gazeuse
250g de sucre semoule (ou cristal)

Pour le *mochi*
300g de pâte d'*azuki* que vous aurez préparée
100g de riz gluant
20g de sucre semoule (ou cristal)
Un peu d'amidon

PRÉPARATION POUR LA PÂTE D'AZUKI

1 - Placer les *azuki* dans une passoire et les nettoyer à l'eau froide. **2** - Mettre les *azuki* dans une casserole avec la moitié de l'eau gazeuse nécessaire et faire chauffer à feu fort. **3** - Quand le mélange arrive à ébullition, réduire à feu moyen et laisser mijoter pendant 5 minutes environ. **4** - Ajouter le reste d'eau gazeuse et refaire bouillir le tout à feu vif. Quand le mélange arrive à ébullition, réduire de nouveau à feu moyen et laisser mijoter 5 minutes environ. **5** - Verser le tout dans un thermos et laisser reposer une demi journée (au moins 12h). **6** - Mettre les *azuki* sur un torchon et laisser bien le jus s'évaporer. **7** - Placer dans un mixeur la moitié des *azuki* pour 1/3 de sucre et mixer jusqu'à obtention d'une pâte. **8** - Mettre dans une grande casserole la pâte ainsi obtenue et ajouter le reste des *azuki* ainsi que le sucre. Chauffer le tout à feu fort. **9** - Quand le mélange arrive à ébullition, baisser le feu afin de ne pas faire brûler les *azuki* et laisser cuire doucement la préparation sans faire fondre complètement les *azuki*. **10** - Quand la partie liquide s'est bien évaporée, gratter le fond de la casserole avec une spatule. La retirer du feu dès que le fond est visible. **11** - Etaler la composition sur de l'essuie-tout ou sur un torchon sec et laisser refroidir un peu. **12** - Envelopper le tout dans du film plastique alimentaire sans laisser d'air et conserver au réfrigérateur.

PRÉPARATION POUR LE MOCHI

1 - La veille de la préparation, laver le riz gluant et en mettre 220g de côté. Conserver le tout au réfrigérateur. **2** - Le jour même, préparer des parts de 30g de pâte d'*azuki* rouges. **3** - Mixer le riz gluant qui avait reposé dans l'eau la veille, à l'aide d'un mixeur à main jusqu'à obtenir une préparation liquide. **4** - Placer le mélange dans un récipient pour micro-ondes et réchauffer 40 secondes environ. **5** - Sortir le récipient du micro-ondes et y ajouter le sucre. Bien mélanger le tout. **6** - Chauffer de nouveau au micro-ondes 40 secondes avant de le sortir et de le mélanger de nouveau. **7** - Réchauffer une nouvelle fois au micro-ondes et quand l'ensemble a légèrement gonflé, sortir le récipient du four. **8** - Mélanger doucement et laisser refroidir jusqu'à 35 degrés environ. **9** - Placer la pâte de riz ainsi obtenue sur l'amidon et faire des parts de 30g. **10** - Envelopper la pâte d'*azuki* avec le *mochi*.

Angeles Marin Cabello

Parmi les personnages appréciés des spectateurs figure la princesse Kazu-no-Miya, demi-sœur de l'empereur Kômei.

FÊTE Rendez-vous avec l'âme de Kyôto

Chaque année, les habitants de l'ancienne cité impériale célèbrent leur passé lors d'un défilé haut en couleurs.

La jeune femme assise sur le banc redresse sa perruque et applique la dernière touche à son maquillage. Son visage est semblable à de la porcelaine blanche, ses lèvres en forme de cœur ont une couleur rouge sang. Elle exprime une certaine tristesse cachée. Elle porte plusieurs kimonos les uns sur les autres. Elle doit souffrir de la chaleur. Il est à peine 10h30 et la température déjà étouffante frôle les 30°C. A sa droite, un guerrier samouraï a ôté son casque. Il s'assoit et plonge le nez dans sa boîte-repas multicolore composée d'une douzaine de compartiments colorés. De temps en temps, son cheval pousse des hénissements d'impatience. Tout autour, les bancs sont chargés d'épées, de carquois remplis de flèches, de casques, de peaux de bêtes et autres sandales en corde. On a l'impression de se retrouver sur le plateau d'un film hollywoodien.

Mais nous sommes loin de la Californie. Nous nous trouvons dans les vastes jardins du Palais impérial dans la ville ancienne de Kyôto. Les gens se préparent à la *Jidai matsuri* ou festival des temps anciens. Avec la fête de Gion et le festival Aoi, il s'agit de l'un des trois rendez-vous importants de l'année à Kyôto. La première *Jidai matsuri* s'est déroulée en 1895 pour commémorer l'achèvement du magnifique sanctuaire Heian. Nous étions le 22 octobre, marquant le 1100ème anniversaire de l'entrée de l'empereur Kammu dans la cité en 794 qui en fit la capitale du Japon. A l'époque, la ville ne s'appelait pas encore Kyôto. On la connaissait sous le nom de Heian-kyô, la capitale de la paix et de la tranquilité.

Le sanctuaire a été élevé pour célébrer les âmes de Kanmu, premier empereur (781-806) à avoir régné à Kyôto, et de Kômei, dernier empereur (1846-1867) à y avoir vécu avant que la capitale ne soit transférée à Tôkyô en 1868 lors de la restauration

de Meiji. “*Les habitants de Kyôto étaient tristes de voir l’empereur quitter leur ville. Ce fut un moment très nostalgique pour eux*”, confie le journaliste NAKATA Masahiro, lui-même résident de l’ancienne capitale impériale. Voilà pourquoi, en plus de la construction de ce sanctuaire, on a mis sur pied la *Jidai matsuri* dans le but de redonner un peu de joie de vivre à une population triste d’avoir perdu le statut de capitale et la famille impériale. Cette fête est donc devenue un moyen de célébrer le glorieux héritage de la cité avec des participants vêtus de somptueux costumes représentant les différentes périodes historiques de cette ville qui a été la capitale du Japon jusqu’en 1868.

Lorsqu’elle a été lancée en 1895, la *Jidai matsuri* n’était qu’un modeste événement divisé en six sections. Mais avec le temps, elle a pris de l’ampleur grâce au soutien de la population et des visiteurs. Aujourd’hui, elle compte vingt sections et bénéficie de la participation de 2000 personnes qui forment un cortège de près de 2 kilomètres de long. Celui-ci suit un parcours d’environ 4,5 kilomètres entre le Palais impérial et le sanctuaire Heian. Il démarre aux alentours de midi et n’atteint pas sa destination finale avant 14h30. Chaque année, près de 150 000 personnes viennent y assister.

La renommée de la *Jidai matsuri* est telle qu’en 1998, une mini fête des temps anciens a été organisée à Paris pour célébrer le quarantième anniversaire du jumelage entre Kyôto et la capitale française. Le cortège est parti de l’Arc de triomphe avant de passer par la place de la Concorde et le Louvre. Quelque 400 habitants de Kyôto accompagnés par 250 résidents japonais en France et des Français ont défilé dans les rues de Paris pour montrer la splendeur de l’ancienne cité impériale devant une foule estimée à 200 000 personnes.

Pendant ce temps, dans le parc du Palais impérial, à l’ombre des grands pins, hommes, femmes et enfants habillés dans des costumes qui constituent un étonnant kaléidoscope de couleurs se préparent pour le défilé. Leurs habits de soie scintillent sous le soleil matinal. Certains font quelques retouches à leurs vêtements. D’autres se détendent et sirotent du thé vert, assis sur des bancs installés pour l’occasion. Autour d’eux, on ne compte plus les chariots, les *tansu* (coffres en bois) et il y a même un couple de bœufs !

Une multitude de photographes se promènent au milieu de ce regroupement multicolore et mitraillent tout ce qu’ils peuvent. Bien que sollicités à tout bout de champ, les participants répondent avec bonne humeur, un peu comme des acteurs sur le tapis rouge d’un festival de cinéma. A l’instar des stars du 7ème art, ils expriment leur personnage. Quand on les appelle pour prendre une photo, ils ne sourient pas et ne montrent pas le V de la victoire avec leurs doigts comme les Japonais ont souvent tendance à faire en pareille circonstance. Ils posent avec la dignité et le sérieux qui correspondent à leur rang social dans la *Jidai matsuri*. Ils s’entraînent à porter leurs costumes plusieurs semaines avant la fête, mais ils n’ont le droit de les porter que le jour de la procession.

Midi approche. Les spectateurs commencent à arriver en masse en quête du meilleur point de vue. Des deux côtés de l’allée de graviers, on aperçoit des bâches bleues déployées sur lesquelles les gens ont pris place. Pour 2000 yens, vous pouvez avoir accès à un siège sur l’une des plates-formes surélevées mises en place pour l’occasion. L’une des meilleures façons de profiter du défilé.

Enfin, le cortège se met en branle. Il émerge doucement du parc entourant le Palais impérial pour pénétrer dans les rues de la ville. C’est à cet instant que l’on commence à apprécier l’importance de cet événement. Il est divisé en sections qui représentent chacune une période de l’histoire de l’ancienne capitale. La plus récente, l’ère Meiji (1868-1912) ouvre le défilé qui se termine par l’ère Heian (794-1185). Il faut plus d’une heure et demie pour que



Angeles Marin Cabello

Bâti en 1895 en l’honneur du premier et du dernier empereur à avoir résidé dans la ville, le sanctuaire Heian est classé bien culturel important du Japon.



Aristocrate de l'ère Heian (794-1185).



Les samouraïs gradés ou non font le spectacle.



Toutes les classes sociales sont là comme ce valet.

Angeles Marin Cabello

tout le cortège passe. Tous les niveaux imaginables de la société figurent dans ce défilé étonnant. On y trouve aussi bien les empereurs et leurs épouses que leurs courtisans, les nobles, les commandants, les samouraïs, les fantassins, les fonctionnaires, sans oublier les artistes, les porteurs de palanquins, les chars à bœufs, les archers et plus de 70 chevaux qui passent au trot avec une élégance digne des meilleurs concours de dressage.

Le détail accordé à chaque costume dépasse l'entendement. Vêtements, chaussures et coiffures ont été reproduits avec une incroyable minutie. Même la teinture des costumes est réalisée selon la méthode traditionnelle. Les objets du quotidien tout comme les armes, à l'instar des longs sabres de samouraïs ou des fusils de l'ère Meiji, ont également l'air authentique.

Toutefois, la *Jidai matsuri* est bien plus qu'un simple défilé de costumes historiques. Au-delà de cet aspect, le cortège affiche aussi un visage humain des plus touchants grâce à la présence au sein de ce défilé de personnages historiques qui ont réellement existé. Parmi eux, on peut citer les deux célèbres auteures de la période Heian, MURASAKI Shikibu (Le dit du Genji) et SEI Shonagon (Notes de chevet) ou encore le grand seigneur et guerrier du XVIème siècle TOYOTOMI Hideyoshi. Que dire de cette jeune femme évoquée au début de l'article alors qu'elle enfilait ses couches de kimono et terminait son maquillage ? Il s'agit en fait de Kazu-no-Miya, la princesse

INFOS PRATIQUES

POUR S'Y RENDRE

Au départ de Tôkyô, le plus simple est d'emprunter le Shinkansen (Tôkyô, Shinagawa) jusqu'à Kyôto.

Le Palais impérial n'est sans doute pas la visite qui s'impose par sa beauté. Mais on ne peut pas imaginer de se rendre dans cette ville sans y faire un petit tour. Compter une trentaine de minutes de marche pour s'y rendre en empruntant la sortie centrale (chûôguchi) à la gare. Les bus 10, 59, 93, 102, 201, 202, 203 et 204 s'y rendent également. Le palais ne se visite que sur rendez-vous. Réservations sur le site de l'agence des Affaires impériales (sankan.kunaicho.go.jp/english/index.html) qui gère tout ce qui concerne l'empereur. Deux visites en anglais ont lieu par jour (10h et 14h). En 60 mn, le visiteur peut prendre la mesure de l'immensité des lieux.

Le sanctuaire Heian (de 8h30 à 17h30 selon les saisons) est situé au nord du parc Okazaki. Les bus 5, 32, 46 et 100 le déservent régulièrement (arrêt : Kyôto kaikan bijutsukan-mae).



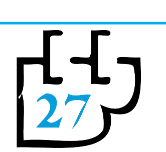
Le célèbre Pavillon d'or (Kinkaku-ji) est un des plus grands symboles de la ville.

poètesse, demi-sœur de l'empereur Kômei, un des deux souverains honorés au sanctuaire Heian. Son histoire est l'une des plus poignantes de celles rencontrées dans le cortège. A l'âge de 16 ans, ses fiançailles avec son ami d'enfance le prince ARISUGAWA Taruhito, ont été rompues pour qu'elle épouse le shôgun TOKUGAWA Iemochi dans une tentative de rapprocher la cour impériale et le shogunat au moment des grands bouleversements que le Japon connaissait à la fin du XIXème siècle. Malgré son jeune âge, Kazu-no-Miya refusa d'abord ce mariage arrangé, avant de l'accepter sous certaines conditions. Dans le roman que Kathryn Lasky lui a consacré, la princesse dit à un moment : "*Peu importe ce qu'ils ont fait pour arriver à leurs fins, il restera toujours en moi une petite étincelle et un petit morceau de mon essence qui ne pourront jamais être détruits*".

C'est le demi-frère de Kazu-no-Miya, l'empereur Kômei, en compagnie de l'empereur Kanmu, le dernier et le premier souverain à avoir résidé à Kyôto, qui concluent de façon émouvante la *Jidai matsuri* lorsque les deux *mikoshi* (palanquins sacrés) contenant leurs âmes sont promenés dans les rues. Malgré toute cette pompe, la *Jidai matsuri* reste une fête populaire. On dit d'ailleurs que si vous demandez aux étudiants de l'université de Kyôto de participer à la préparation de la fête en tant que bénévole, vous recevrez immédiatement une centaine de candidatures. Voilà pourquoi, le monde peut encore s'émerveiller devant le patrimoine et l'histoire de l'ancienne capitale du Japon. Même si elle ne l'est plus depuis plus d'un siècle, les spectateurs peuvent en profiter grâce à ce magnifique spectacle qui a su saisir l'âme de la cité impériale.

STEVE JOHN POWELL
et ANGELES MARIN CABELLO

Zoom Japon est publié par les éditions Ilyfunet
12 rue de Nancy 75010 Paris - France
Tél : 01 4700 1133 Fax : 01 4700 4428
www.zoomjapon.info - courrier@zoomjapon.info
ZOOM JAPON
Dépôt légal : à parution ISSN : 2108-4483 Imprimé en France
Ont participé à ce numéro : Odaira Namihei, Gabriel Bernard, Eric Rechsteiner, Jérémie Souteyrat, Gianni Simone, Steve John Powell, Angeles Marin Cabello, Ritsuko Koga, Kimié Ozawa, Takako Taniguchi, Elodie Brisson, Yoshié Takano, Rié Tanaka, Miwa Takano, Makoto Sato, Hirofumi Chonan, Marie Varéon (maquette).
Publicité : Kimié Ozawa, Yoshiyuki Takachi.
Responsable de la publication : Dan Béraud



événements

● **Les tambours japonais de Tsunagari Taiko Center** ouvriront le Festival de contes du Centre d'Animation Mercoeur, consacré cette année au Japon. Festival de contes autour du Japon, du 5 au 9 février 2014.
Deux représentations -mêlant tambours et danse Awa- le mer. Le mercredi 5 février 2014, à 16 h et à 17 h.
Centre d'Animation Mercœur, 4 rue Mercœur, Paris 11ème.

Hyakkimaru
Kiri-e (Découpage)



Exposition : du mardi 4 au samedi 8 février
Vernissage : lundi 3 février, 17h30-20h
Espace Culturel Bertin Poirée 8-12 rue Bertin Poirée 75001 Paris FRANCE
www.tenri-paris.com

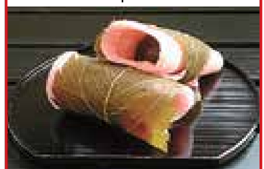


logements

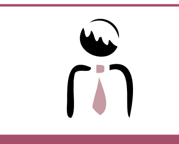
● **Paris Fudosan le spécialiste de l'immobilier franco-japonais** à Paris recherche des STUDIOS à louer pour ses clients japonais. Nos services sont GRATUITS pour nos propriétaires. Paris Fudosan 18 rue de Richelieu 75001 Paris 0142868739
service@paris-fudosan.com

cours

Atelier Création de Wagashi (pâtisserie japonaise) Thème : Hina Matsuri (Sakura mochi + 2 sortes) Samedi 22 fév. de 16h~18h. Tarif : 50€
Réservation obligatoire
Pour plus d'infos :
www.walaku-paris.com



● **Ateliers DESSIN-MANGA** Prochains stages intensifs : du 17/02/2014 au 21/02/2014 de 24/02/2014 au 28/02/2014 11h~15h 265€ttc (matériel et repas compris). Attention nombre de places limité. Réservez dès maintenant sur www.espacejapon.com



emplois

● **L'Ecole de Cuisine Japonaise par Hissa** recrute une assistante administrative avec des notions de japonais. Poste à mi-temps à partir de février.
06 6210 5951
takeuchi@kaiseki.com



DELFONICS

Concept store de papeterie
Design Japonais recherche
vendeur (se) C.D.I. temps complet.
Expérience dans la vente ou le service exigée.
Excellent sens du contact.
Forte sensibilité à la qualité du service japonais à la clientèle.
Français, anglais courant exigé.
Envoyer CV + LM à saiyou@delfonics.com

L'Ambassade du Japon en France recrute un(e) assistant du chef de service au sein du service des Affaires Générales.

Langues requises :
• Français (niveau langue maternelle)
• Japonais (capable de traduire un texte du japonais en français, bon niveau parlé)
• Anglais (souhaitable, niveau de conversation simple)

Compétence :
• Maîtrise des logiciels Word, Excel, Powerpoint,
• Expérience en gestion des données

Examen écrit avec entretien.

Veuillez envoyer votre CV avec photo avant le 20 février à l'adresse suivante : (voie postale uniquement)

Ambassade du Japon en France - Service des Affaires générales « Offre d'emploi »
7, Av. Hoche 75008 Paris

Les documents reçus ne seront pas renvoyés.

divers



Japan Rail Pass
Vente de JR pass par internet
www.jr-pass.fr

Tarifs des annonces (pour 100 carac.)	
Emploi	50€ttc
Evénement	45€ttc
Cours	40€ttc
Amitié	40€ttc
Logement	35€ttc
Divers	30€ttc
Options	
20 car. suppl.	5€ttc
option web (publication immédiate sur le web + 5 img.)	20€ttc
cadre	50€ttc
gras	50€ttc
img. papier	100€ttc

Pour passer votre annonce dans ZOOM Japon, veuillez vous rendre sur www.zoomjapon.info



IN
13
THEGAZETTE
WORLD TOUR 13 DOCUMENTARY DVD